

COLLECTE MULTIMODE DANS UNE ENQUÊTE DE SANTÉ AUPRÈS D'UNE POPULATION GÉNÉRALE

Joëlle Poulin¹

¹ Joëlle Poulin, Institut de la statistique du Québec, 200, chemin Sainte-Foy, Québec, Canada, G1R 5T4, joelle.poulin@stat.gouv.qc.ca

Résumé. L'édition 2014-2015 de l'*Enquête québécoise sur la santé de la population 2014-2015* (EQSP) fut la première enquête réalisée par l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) à offrir la collecte multimode, Web et téléphonique, à la population générale. Lors de l'édition précédente (2008), la population avait été enquêtée uniquement par téléphone. Afin de répondre au besoin de comparabilité avec l'édition précédente, la moitié de l'échantillon s'est vu offrir la possibilité de répondre au questionnaire en ligne ou au téléphone (volet multimode) alors que l'autre moitié ne pouvait y répondre que par téléphone (volet téléphonique). L'échantillon de départ était de 77 410 personnes de 15 ans et plus vivant au Québec. Le taux de réponse global pondéré obtenu fut de 60,5%. Pour le volet multimode, le taux de réponse fut de 62,6% alors que celui du volet téléphonique fut de 58,4%, soit une augmentation de 4,2% en faveur du multimode. L'augmentation du taux de réponse pour le volet multimode a également été observée chez certaines sous-populations où il est habituellement plus difficile d'obtenir leur participation.

Mots-clés. Enquête multimode, mode de collecte, stratégies de collecte, enquête santé.

1 Contexte

L'Institut de la statistique du Québec (ISQ) a été mandaté par le ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec (MSSS) pour la réalisation de l'*Enquête québécoise sur la santé de la population 2014-2015* (EQSP). L'objectif de cette enquête est de dresser un portrait actuel et détaillé de l'état de santé de la population québécoise afin de mieux adapter les programmes et les actions à prendre pour améliorer la santé et le bien-être des Québécois. L'EQSP est une enquête cyclique, répétée aux six ans.

L'EQSP a été la première enquête de l'ISQ réalisée auprès de la population proposant le mode de collecte Web. Comme il y avait des objectifs de comparabilité avec l'édition précédente de 2008, qui utilisait seulement le mode de collecte téléphonique, un plan de sondage a été élaboré afin de s'assurer de la comparabilité des données entre les deux éditions, malgré le fait qu'il y ait introduction d'un nouveau mode de collecte de données.

2 Stratégie d'échantillonnage

Avec l'accord de la Commission d'accès à l'information (CAI), l'ISQ a conclu une entente avec la Régie de l'assurance maladie du Québec (RAMQ) afin d'obtenir les renseignements personnels nécessaires à l'étude, dont les coordonnées (nom, adresses, numéros de téléphone, etc.). Un échantillon de 77 410 personnes de 15 ans et plus, vivant dans un logement non institutionnel au Québec, a donc été tiré du Fichier d'inscription des personnes assurées (FIPA) de la RAMQ.

L'échantillon a été séparé en deux volets, c'est-à-dire que 50 % de l'échantillon s'est vu offrir le multimode (Web ou téléphonique), alors que l'autre 50 % a conservé la même façon de faire qu'en 2008, soit de répondre au questionnaire par téléphone.

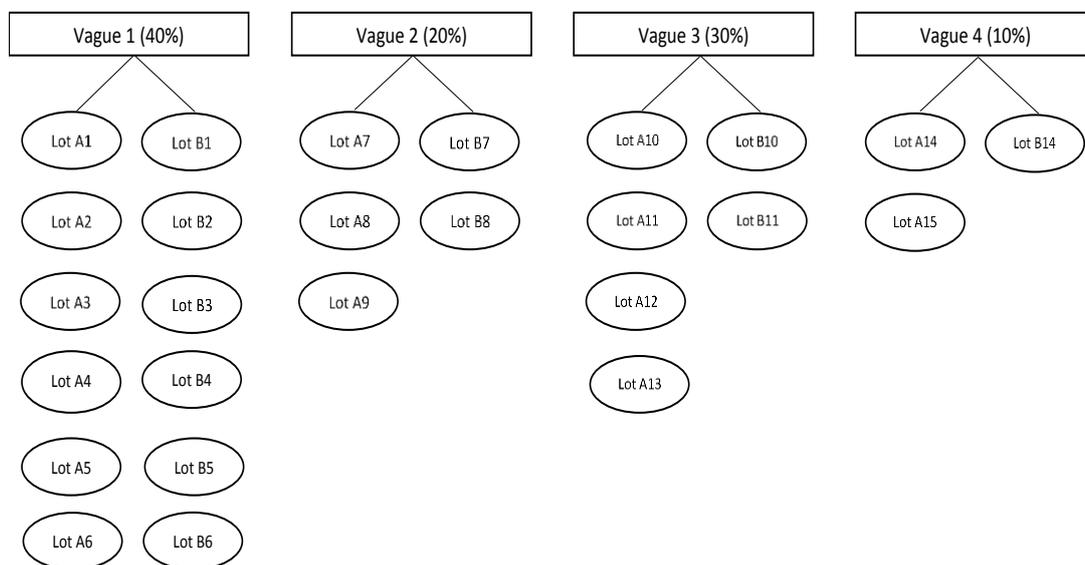
3 Stratégie et déroulement de la collecte de données

Pour la programmation du questionnaire en deux modes (Web et téléphonique), une attention particulière a été portée pour que les deux questionnaires soient les plus semblables possible afin de minimiser l'effet du mode. Par exemple, des choix de réponse qui n'étaient pas lus au téléphone en 2008 ont été lus en 2014-2015 pour que le répondant par mode téléphonique ait la même information que le répondant en ligne.

Le questionnaire était d'une durée moyenne de 31 minutes et touchait un peu plus d'une vingtaine de sujets liés à la santé (perception de l'état de santé, détresse psychologique, santé au travail, activité physique, etc.).

La collecte de données a débuté en mai 2014 et s'est terminée en mai 2015. La durée totale prévue était d'un an pour s'assurer de couvrir une année complète.

Pour bien gérer la collecte de données, l'échantillon de 77 410 individus a d'abord été divisé en 4 vagues et en lots comme l'illustre le schéma suivant.



Il y a 2 types de lots :

- les lots A : enquête téléphonique uniquement (volet téléphonique)
- les lots B : enquête en multimode (volet multimode)

Dans la plupart des enquêtes de l'ISQ dans lesquelles on retrouve un échantillon avec un grand nombre de personnes sélectionnées, l'échantillon est divisé en vagues. Cette façon de faire permet d'ajuster l'échantillon lors de la sélection des dernières vagues si les hypothèses de départ ne sont pas les bonnes (par exemple si le taux de réponse dans une région est différent de ce qui avait été prévu au départ). De plus, comme il y avait un nombre maximal de 200 personnes pouvant remplir le questionnaire en ligne au même moment, les vagues ont été divisées également en lots afin d'éviter que le nombre de personnes maximal en ligne soit atteint, voire dépassé. L'échantillon du volet téléphonique a également été divisé en lots afin que l'appel de l'ISQ soit le plus près possible de la

réception de la lettre de présentation.

Pour amorcer la collecte de données, une lettre de présentation a été acheminée à chaque personne sélectionnée. La lettre pour les personnes sélectionnées pour le volet multimode indiquait le lien Internet à suivre pour remplir le questionnaire en ligne ainsi que l'identifiant qui devait être inscrit par le participant pour accéder à son questionnaire. Par la suite, le participant devait se créer un mot de passe pour assurer la confidentialité de ses réponses. De plus, il était mentionné dans la lettre que si la personne n'avait pas accès à Internet, l'ISQ la contacterait par téléphone pour répondre au questionnaire.

Pour les personnes sélectionnées pour le volet téléphonique, il était indiqué dans la lettre qu'elles seraient contactées par l'ISQ pour répondre au questionnaire par téléphone. Les appels pour ces participants ont commencé quelques jours après l'expédition de la lettre de présentation.

Les envois étaient faits aux deux semaines selon les lots. Par exemple, les lettres des lots A1 et B1 ont été acheminées dès le début de l'enquête, puis, deux semaines plus tard, les lettres des lots A2 et B2 ont été expédiées.

Pour le volet B, une lettre de relance a été envoyée deux semaines après l'envoi de la lettre de présentation. Deux autres semaines plus tard, les relances téléphoniques ont débuté. Le tableau 3.1 décrit les étapes de la collecte de données pour chacun des volets.

Tableau 3.1 - Étapes de collecte de données pour les lots A et B

Étapes de collecte pour les lots A	Étapes de collecte pour les lots B
1. Envoi de la lettre de présentation	1. Envoi de la lettre de présentation contenant le lien URL du questionnaire et l'identifiant
2. 3 jours plus tard : Appels téléphoniques	2. 2 semaines plus tard : Relance postale contenant le lien URL et l'identifiant
	3. 2 à 3 semaines plus tard: relance téléphonique avec incitation à répondre Web
	4. 2 à 3 semaines plus tard: relance téléphonique avec incitation à répondre au téléphone

Avec ces différentes façons de faire selon les types de lots (A ou B), la gestion de la collecte de données fut complexe. Comme les étapes changeaient toutes les deux semaines et que de nouveaux lots étaient introduits toutes les deux semaines, il a fallu, entre autre, planifier et élaborer un calendrier pour bien suivre toutes les étapes de la collecte. Le tableau suivant illustre un exemple de calendrier pour la troisième vague. Il est à noter qu'aucune vague n'a été fermée avant la fin de la collecte, alors, à un certain moment, il a fallu gérer vingt-six lots simultanément.

Tableau 3.2 – Calendrier des étapes de collecte (Vague 3)

Vague 3 # lot	Expédition de la lettre initiale	Début des appels	Relance postale	1^{re} relance téléphonique - incitatif Web	2^e relance téléphonique - incitatif téléphonique
A10	10-nov-14	17-nov-14	--	--	--
B10	10-nov-14	--	24-nov-14	08-déc-14	22-déc-14
A11	24-nov-14	01-déc-14	--	--	--
B11	24-nov-14	--	08-déc-14	22-déc-14	05-janv-15
A12	08-déc-14	15-déc-14	--	--	--
B12	08-déc-14	--	22-déc-14	05-janv-15	19-janv-15
A13	22-déc-14	17-janv-15	--	--	--
B13	22-déc-14	--	05-janv-15	19-janv-15	02-févr-15

4 Taux de réponse

Au cours de la collecte de données, il fallait effectuer un suivi régulier des taux de réponse pour chacun des lots, chacune des vagues, pour chacune des régions sociosanitaires (17), pour chacun des réseaux locaux de services (95) et pour chacune des langues (anglais et français).

Le taux de réponse visé pour cette enquête était de 60 %. Le taux de réponse pondéré obtenu a été de 60,5 %. Il a varié de 55 % (Montréal) à 67 % (Saguenay–Lac-Saint-Jean) selon les différentes régions sociosanitaires.

Une différence de 4,2 % en faveur du volet multimode (versus le volet téléphonique uniquement) a été observée. Des hausses de taux de réponse pour volet multimode ont également été notées pour certaines catégories de personnes. Elles sont répertoriées dans le tableau 4.1.

Tableau 4.1 – Taux de réponse par volet pour certaines sous-populations

Catégories	Taux de réponse pondéré multimode	Taux réponse pondéré téléphonique	Différence
65-74 ans	73,9 %	67,9 %	+ 6,0 %
75 ans et plus	65,6 %	59,4 %	+ 6,2 %
Anglophones	54,4 %	45,5 %	+ 8,9 %
Ménage d'une seule personne	59,1 %	53,7 %	+ 5,4 %
Personnes défavorisées	59,4 %	53,5 %	+ 5,9 %
Sans numéro de téléphone	48,2 %	35,0 %	+ 13,2 %

Il est intéressant de constater qu'à l'exception des personnes âgées, l'augmentation du taux de réponse est observée chez des populations où il est habituellement plus difficile d'obtenir leur participation.

5 Paradonnées du volet multimode

Parmi ceux qui se sont fait offrir le multimode, 57 % des répondants ont choisi de répondre en mode Web, alors que 43 % ont préféré le mode téléphonique. Des différences dans le choix du mode de collecte selon certaines catégories de personnes ont également été observées et sont présentées dans les tableaux 5.1 et 5.2 (pourcentages non pondérés).

Tableau 5.1 – Distribution du choix du mode de collecte selon l'âge

Âge	Mode téléphonique	Mode Web
15-24 ans	34 %	66 %
25-44 ans	34 %	66 %
45-64 ans	38 %	62 %
65-74 ans	56 %	44 %
75 ans et +	77 %	23 %

Tableau 5.2 - Distribution du choix du mode de collecte selon la langue

Langue	Mode téléphonique	Mode Web
Français	43 %	57 %
Anglais	38 %	62 %

Le tableau 5.3 présente l'évolution du taux de réponse selon les étapes du déroulement de la collecte de données pour le volet multimode.

Tableau 5.3 – Taux de réponse selon les étapes de la collecte de données

Étapes	Taux de réponse multimode non pondéré	Taux de réponse – mode téléphonique	Taux de réponse – mode Web
1 - Envoi de la première lettre	8 %	0 %	8 %
2 - Envoi de la relance postale	23%	3 %	20 %
3 - Relance téléphonique focus Web	39 %	12 %	27 %
4 - Relance téléphonique focus tél.	62 %	27 %	35 %

Lors des relances téléphoniques, une question s'est posée : ceux qui mentionnaient préférer répondre sur le Web manifestaient-ils, en fait, des refus déguisés? Afin de clarifier cette question, une analyse a été faite auprès de ces participants. Parmi ceux-ci, 27 % ont répondu au questionnaire sans aucun autre appel et, au total, 72,4 % ont terminés répondants (48,8 % en mode Web et 23,6 % en mode téléphonique). Force est de constater que ce n'étaient pas des refus déguisés, et que la stratégie de maximiser le nombre de questionnaires Web lors de la première relance téléphonique a bien

fonctionné.

6 Conclusion

Les résultats de cette première enquête en multimode sont très satisfaisants puisque nous avons comme objectif au départ que 50% des répondants au volet multimode répondent au questionnaire sur le Web et nous avons obtenu 57%. D'autres enquêtes ont suivi, et les résultats ont également été très positifs. Une enquête auprès de parents d'enfants de 0 à 5 ans a obtenu 78 % de réponse en mode Web versus 22 % en mode téléphonique. Avec la baisse des taux de réponse observés dans les enquêtes en général, l'ajout de l'offre de réponse en mode Web permet de maintenir les taux de réponse à un bon niveau. Par contre, il est clair que la collecte Web uniquement ne permettrait pas de conserver ces taux de réponse. Il faut donc continuer à offrir un ou des modes alternatifs aux participants.

De plus, avec un certain volume, les coûts en ressources humaines pour les intervieweurs diminuent de façon significative. Sans oublier le fait très important que l'ajout du mode Web est très apprécié et demandé de la part des participants.

Bibliographie

Bérubé, Sophie (2015). Rapport de collecte-enquête : Enquête québécoise sur la santé de la population (EQSP), document interne, Institut de la statistique du Québec, Québec.

Baulne J., Berthelot M., Bérubé S., Poulin J. et Roy V. (2015), Présentation : Première collecte de données en multimode dans une enquête individu à l'Institut : L'EQSP 2014-2015, document interne, Institut de la statistique du Québec, Québec.